

Библиографический список

1. Адлер Ю. Управление знаниями: новые акценты поиска источников конкурентных преимуществ [Электронный ресурс] / Ю. Адлер, Е. Черных. – Режим доступа: http://quality.eur.ru/MATERIALY7/knowledge_management.htm.
2. Анненков И. С. Менеджер по управлению знаниями: функции и ключевые компетенции / И. С. Анненков // Вестник экономической интеграции. – 2011. – № 1. – С. 38–45.
3. Коулопоулос Т. М. Управление знаниями : [пер. с англ.] / Томас М. Коулопоулос, Карл Фраппаоло. – Москва : Эксмо, 2008. – 217 с.
4. Крымская А. С. Управление знаниями – перспективная технология для библиотечно-информационных работников / А. С. Крымская // Научные и технические библиотеки. – 2005. – № 9. – С. 10–16.
5. Мильнер Б. З. Концепция управления знаниями в современных организациях / Б. З. Мильнер // Российский журнал менеджмента. – 2003. – № 1. – С. 57–76.
6. Мильнер Б. З. Теория организации : учебник / Б. З. Мильнер. – 8-е изд., перераб. и доп. – Москва : ИНФРА-М, 2013. – 807 с.
7. Суслов Д. С. Управление знаниями в организации: основные модели [Электронный ресурс] / Д. С. Суслов // Креативная экономика. – 2012. – № 10 (71). – С. 89–97. – Режим доступа: <http://old.creativeconomy.ru/articles/25175>.
8. Уайт Т. Управление знанием в университетской библиотеке на основе исследования «Управление знанием в библиотечной службе Оксфордского университета (KM within OULS)» / Т. Уайт // Новости Российского комитета ИФЛА. – 2004. – № 53. – С. 23–29.

УДК 021.4:028.8

Обоснованы теоретические предпосылки появления такой функции библиотеки, как библиотьюторство. Рассмотрены в этом контексте понятия *медиа, информация, библиотека*.

Ключевые слова: медиа, медиапедагогика, медиаобразование, информационная грамотность, библиотьютор, функции библиотеки.

И. В. Жилавская, канд. филол. наук
МГПУ, Москва

Библиотьюторство – новая функция библиотеки

Пришло время переосмысления многих понятий. При этом появляются не только новые термины, меняется смысл многих направлений деятельности, сама их глубинная суть. Эти трансформации, безусловно, сказываются на организационных структурах, функционале, менеджменте и маркетинге организаций, системе подготовки кадров, обеспечивающих эту деятельность.

Особенно интенсивно процессы изменений идут в сфере медиа, которые сегодня охватывают всю нашу жизнь – снизу доверху, по горизонтали и по вертикали, связывают нас в сети и управляют нашим поведением.

Напомним, что *медиа* как понятие возникло в английском языке в XVI в. В XVII в. оно активно проникает в категориальный аппарат философии, с XVIII в. начинает применяться к первому средству массовой коммуникации – газетам. С середины XIX в. с возникновением электрических средств связи медиа начинают обслуживать идею распространения сообщений с помощью технических средств коммуникации (почта, телеграф). XX в. в эпоху расцвета массовой культуры прочно вписал медиа в контекст средств

массовой информации и коммуникации (кино, радио, телевидение, печатная пресса, интернет). А начало XXI в. уже исходит из концепции Всеобщих Медиа, которые пронизывают все социальные процессы и отношения и вместе с информацией являются неотъемлемой частью коммуникации.

На протяжении всех этапов осмысления термина сталкиваются философское и прагматическое понимание медиа. С одной стороны, это всепоглощающая и всеохватывающая среда, с другой, – технические средства передачи информации. При максимально широком толковании медиа неизбежно ускользает суть явления: чем шире понимание, тем меньше содержания. В то же время медиа надо отличать от носителей информации, которые приобретают качества медийности только в случае возникновения процесса коммуникации между производителем и потребителем контента.

В данном случае речь идет не о широком или узком толковании, а о принципиально иной концепции. Медиа – это не километры линий электропередач, не количество кинолент или журналов, не мегабайты информации. Медиа – это условие существования человека.

Под медиа надо понимать любой канал транспортировки информации от источника к потребителю, который включает в себя субъект и объект коммуникации как ее неотъемлемые части. Канализация процесса коммуникации индивидов осуществляется непрерывно с помощью вербальных и невербальных средств.

В системе медиа по критерию охвата аудитории выделяются массовые медиа, локальные и индивидуальные.

К массовым медиа (массмедиа) традиционно относятся телевидение, радио, печатная пресса, сетевые издания, кино для массового зрителя и др.

Локальные медиа связывают представителей ограниченных формальных, неформальных и информальных групп. В частности, локальные медиа функционируют в таких формальных объединениях, как школа (школьные газеты, киноклубы), вузах (студенческие СМИ, дискуссионные клубы, медиа-и пресс-центры), в армии (дивизионные газеты, информационные листки, плакаты), в библиотеке (справочник библиотекаря). Коммуникации в неформальных группах обеспечивают такие медиа, как комьюнити радио, групповое фото друзей, семейное видео и т. д. Весьма распространенными являются информальные медиа, которые функционируют в информальных группах. Они возникают в результате самодеятельного неорганизованного медиатворчества непрофессиональных авторов по созданию информационного продукта, носят внеэкономический характер и рождаются из коммуникации с другими людьми. В частности, посещение библиотеки является информальным образованием, при этом информальными медиа, по которым транслируется информация, в данном случае могут быть сайт библиотеки, культурное событие, библиотечная газета.

Индивидуальные медиа представлены широким спектром каналов, с помощью которых осуществляется межличностная коммуникация, – электронное письмо, телефон, поздравительная открытка, SMS-сообщение.

При этом виды медиа не существуют изолированно друг от друга: одни из них перетекают в другие, например, чтение книги массовой аудитории с экрана телевизора или телефонный разговор, переведенный на громкую связь. Кроме того, они образуют такие сложные сочетания по форме и виду трансляции, как дистанционные курсы или видеоконференции.

Особого внимания и уточнения требует понятие *информация*. Слово *информация* происходит от латинского *informare*, что означает *придавать форму*. Таким образом, с этимологической точки зрения, информация – это акт придания структуры некоторой неопределенной массе [1].

Д. П. Барлоу в работе «Продажа вина без бутылок: Экономика сознания в глобальной Сети» отмечает, что «Информация есть Глагол, а не Существительное. Высвобожденная из своих вместилищ, информация с очевидностью не есть вещь. В действительности, она есть нечто, что случается в сфере взаимодействия между умами или объектами или другими частями информации... Информация есть действие, которое занимает время, а не состояние бытия, которое занимает физическое пространство, как в случае материальных предметов. Это подача, а не мяч, танец, а не танцор... Информацию переживают, а не владеют ею. Даже когда она заключена в какую-то статическую форму вроде книги или жесткого диска, информация все-таки остается чем-то, что случается с вами в то время, как вы мысленно разархивируете ее из того кода, в котором она хранится» [2].

В рамках традиционной парадигмы информационной грамотности считается, что для того, чтобы «привить человеку информационную культуру, необходимо создать вокруг него определенную информационную среду, для освоения которой требуются специальные знания, умения, навыки» [3], а сама информация – это нечто, что лежит на определенной полке, размещено на странице сайта, заключено в телевизионной программе и ждет не дожидается, когда к этому нечто будет обеспечен доступ. Однако само по себе владение информацией еще не знание, и тем более, не мотиватор к активной деятельности.

Современное понимание информации соответствует идее всепроникающей медийности, опосредованности, коммуникационности. Информация может существовать только в движении, она течет и как вода проникает во все поры общественного организма. Ее нельзя перекрыть, с ней невозможно бороться дамбами, в условиях застоя она теряет качества информационности и не представляет той ценности, на которую можно было бы рассчитывать. Совершенно очевидно, что закрытые материалы архива только тогда станут информацией, когда будут открыты. Информация, если она без движения покоится в хранилище, утрачивает свои живительные свойства, умирает.

С этой точки зрения пришло время пересмотреть и понятие *библиотека*. Как известно, первоисточником термина является греческое *bibliotheka*, образованное от *biblio(n)* – *книга* и *theka* – *хранилище*, книгохранилище. Аналогично греческому *apotheka* – *склад*, произошло латинское *apotheca* – *антека*. И медиатека – это тоже хранилище носителей информации. К сожалению, до тех пор, пока библиотека будет «текой» – местом хранения книг, складом,

у нее нет перспективы встраивания в современные коммуникационные системы. В этом плане те компетенции, которые сформировались в условиях доминирования линейной информационной культуры, сегодня во многом не отвечают вызовам гипертехнологичного интеграционного общества.

Традиционно у библиотеки хорошо развиты две основные функции – функция сохранения информационного наследия человечества и функция коммуникации, позволяющая осуществлять деятельность по систематизации, поиску, доставке и обмену источниками информации, главным образом, в форме книги. Эти функции, видоизменяясь и приобретая более современный технологический характер, остаются ведущими и в настоящее время.

Однако в условиях медиатизации общества, когда каналы доставки контента уже не ограничиваются традиционными видами медиа и увеличиваются лавинообразно, свободное перемещение в сфере информации становится проблематичным. В этих условиях у библиотеки возникает новая функция – функция навигатора. Причем речь должна идти о навигации и внутри каждой конкретной библиотеки, но в большей степени важно выстроить медийные лоции во внешнем информационном море – с другими библиотеками, музеями, архивами, иными институтами памяти, средствами массовой информации и коммуникации. И субъектом навигации становится не книга, а человек читающий. Его информационное сопровождение представляется, на наш взгляд, важнейшей задачей библиотеки.

Выполнять роль такого сопровождающего может *библиотьютор*, который способен разрабатывать и реализовывать индивидуальные информационные программы для школьников, студентов, преподавателей или обычных читателей публичной библиотеки и сопровождать процесс индивидуального медиапотребления.

Как профессиональный специалист, он должен учитывать, что сегодняшние читатели – это пользователи сети, которые тексты не читают, а сканируют: охотятся за фактами, считывают разрозненные куски данных, стараются оценить потенциальную важность информации, с легкостью переключаются на гиперссылки и сопутствующие материалы. Ему должны быть хорошо известны законы юзабилити, предназначенные для удержания внимания пользователя: представление информации в маркированных списках, раскрытие не более одной основной мысли за абзац, выделение ключевых слов и разъяснительных заголовков, использование принципа перевернутой пирамиды. Известно, что современный пользователь, как правило, прочитывает только 20 процентов из всего размещенного на странице текста.

Для библиотьютора очевидно, что чтение в интернете относится к новому типу восприятия информации, отличного от опыта чтения книги. Общество уже перешло в другой тип цивилизации, где объем информации оказывается настолько велик, что теряет значительную часть своей ценности. Понятно, что чтение «Илиады» Гомера и новостей о разбившемся самолете – это разные процессы, которые называются одним и тем же словом – *чтение*. Но,

наверное, целесообразнее обозначить их как *чтение* и *читание*, в смысле – потребление информации.

Часто в поисках вдумчивого читателя современные библиотекари обращаются к таким формам долгого чтения, как лонгриды – большие, сложные материалы, репортажи, исследования или эссе. Однако надо понимать, что *longread* – это синтетический жанр, который имеет маркетинговый характер. Его автор или авторы хотят сделать потребление медиатекста специально растянутым по времени для того, чтобы получить более высокий уровень капитализации текста.

Кроме того, следует отметить, что и книга как носитель информации сама по себе является предметом физических манипуляций. Ее владелец чувствует переворачиваемые страницы, запах типографской краски, вес предмета в своих руках, он может по своему желанию переходить в любую часть повествования. Все это провоцирует куда более сильную реакцию, чем серфинг по веб-страницам.

Эти и иные особенности медиасреды будущие библиотьюторы должны осваивать в вузах в процессе подготовки к своей профессиональной деятельности, постигая основы медиа-информационной грамотности или медиакультуры. Данный курс должен стать обязательным в вузах, где осуществляется профессиональная подготовка библиотекарей.

Однако, как заявил на состоявшемся 2 октября 2015 г. заседании Ученого совета Президентской библиотеки ректор Санкт-Петербургского государственного института культуры Александр Тургаев: «Студентов, если руководствоваться положениями, надо учить заполнять библиотечные карточки». В то время как ситуация требует совершенно иных решений. Между организациями должна быть межведомственная связь при обучении библиотечных специалистов: чтобы человек развивался, видел масштаб, а не привязывался от студенчества до пенсии к учебе, повышению квалификации в одном вузе, потому что ему так легче и удобней.

Таким образом, как представляется, навигация, библиотьюторство, медиа-информационная грамотность – это те стратегические направления в системе подготовки кадров и самоактуализации глобальных фабрик информации, которыми должны стать современные библиотеки.

Библиографический список

1. Энциклопедии и словари [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://enc-dic.com/word/i/Informacija-6981.html>.
2. Барлоу Дж. П. Продажа вина без бутылок: Экономика сознания в глобальной Сети [Электронный ресурс] / Дж. П. Барлоу ; пер. с англ. В. Литвинова ; под ред. Е. Горного, А. Мадисона // Русский журнал. – 07.04.1999. – Режим доступа: <http://old.russ.ru/netcult/99-03-26/barlow.htm>.
3. Информационная культура личности : библиогр. указ. / сост. Н. В. Денисова ; НБ КемГУКИ. – Кемерово : Кемер. гос. ун-т культуры и искусств, 2006. – 90 с.